

保健機能食品を含む健康食品に関する調査まとめ

【保健機能食品の認知度】

設問	回答	調査時期	調査対象	規模	方法	調査実施者	出典
特保を知っているか	知っている 38.2% なんとなく分かる 58.4% 分からない 3.4%	2012.11.27～28	関東圏に在住の20～69歳の男女	500人(モニター登録者)	インターネット調査	(株)マーシュ	自主調査「トクホ(特定保健用食品)に関するアンケート」
健康食品のうち保健機能食品である「特定保健用食品」「栄養機能食品」「機能性表示食品」についてのどの程度違いを認識しているか	はっきりと違いを認識している 8.1% ある程度違いを認識している 20.9% 何となく認識しているが、何が違うか説明できない 55.3% 全く認識していない 13.1% そもそも3種類を知らない 2.5%	2015.7.9～14	全国30～69歳の「健康食品」を自分で購入して週に1日以上摂取している男女	320人(モニター登録者)	インターネット調査	(株)マーシュ	自主調査「健康食品に関する調査」
特定保健用食品(トクホ)を知っているか	どのようなものかわかる 57.8% 名前を聞いたことはある 39.0% 知らない 3.2%	2015.4.1～4.6	日本在住の10代以上の男女(9割が30代以上、44%が50代以上)	11,659人(モニター登録者)	インターネット調査	マイボイスコム(株)	「特定保健用食品」の利用に関する調査(第4回)
特定保健用食品(トクホ)を知っているか	単語も制度内容もわかっている 35.4% 単語は知っており、内容も漠然とわかっている 55.3% 単語は知っているが内容はわからない 8.9% 単語も内容もわからない 0.4%	2015.3.20～3.26	30～40代の主婦を中心とする既婚女性(20代2%、30代22%、40代48%、50代24%、60代以上4%)	999人(モニター登録者)	インターネット調査	ソフトブレン・フィールド(株)	機能性表示食品制度に対する既婚女性の意識調査

【健康食品の使用経験】

設問	回答	調査時期	調査対象	規模	方法	調査実施者	出典
健康食品を使用したことがあるか	毎日使用 17.6% 時々使用 23.6% 使用したことはあるが現在は使用していない 20.5% 使用したことがない 36.9% 無回答 1.4%	2009.10.14～11.13	東京都内在住の20歳以上の者	7,259人(住民基本台帳からの無作為抽出6000世帯)	留め置き調査	東京都	21年度「都民の健康と医療に関する実態と意識」
健康食品を使用したことがあるか	毎日使用 15.7% 時々使用 22.5% 使用したことはあるが現在は使用していない 20.8% 使用したことがない 40.2% 無回答 0.8%	2014.10.15～11.14	東京都内在住の20歳以上の者	6,403人(住民基本台帳からの無作為抽出6000世帯)	留め置き調査	東京都	26年度「都民の健康と医療に関する実態と意識」
健康食品やサプリメントを使用したことがあるか	使用している 36.5% 使用したことがある 41.4% 使用したことがない 19.3% わからない、覚えていない 2.8%	2011.3.8～23	東急沿線情報サイトとくら倶会員	4,800人	インターネット調査	東京急行電鉄(株)セラシヤ事務局	東急沿線アンケート調査(健康や健康食品・サプリメントに関するアンケート)
最近1年間に、あなたは「健康食品」を摂取したことがあるか。	摂取したことがある 43.8% 摂取したことがない 56.2%	2014.3.5～7	「医薬品・健康食品」の業種を除いた15～79歳の男女(人口構成に合わせて割当抽出)	3,000人(モニター登録者)	インターネット調査	消費者庁(調査会社:(株)インテージ/リサーチ)	食品の機能性表示に関する消費者意向等調査結果
特保利用の有無	利用あり 29% 利用なし 71%	2009.3～5	大阪府済生会野江病院糖尿病・内分泌内科に通院した2型糖尿病の外来患者	154名(無作為抽出)	配票調査	大阪府済生会野江病院栄養管理科	糖尿病患者における特定保健用食品の利用と食事療法への効果(糖尿病54巻11号837-841(2011))

【健康食品の使用頻度】

設問	回答	調査時期	調査対象	規模	方法	調査実施者	出典
特定保健用食品の利用頻度	ほぼ毎日 6.8% 週に4～5日程度 2.6% 週に2～3日程度 5.3% 週に1日程度 4.9% それ以下の頻度 12.2% 利用していない 59.7%	2015.1.21～1.23	15～69歳の男女(10代～60代の各年齢層毎に男女各83～84名)	1,000人(モニター登録者)	インターネット調査	マルハニチロ(調査協力:ネットエイジア(株))	食生活と健康に関する調査
特定保健用食品の利用頻度	良く利用する 6.3% 時々利用する 17.1% たまに利用する 23.7% 全く利用しない 52.9%	2004.9.9～12	滋賀県甲賀町に居住する20歳以上75歳未満の有権者	411人(2段階抽出法640人)	配票調査	龍谷大学社会学部社会学科	「健康食品」の利用調査—甲賀町調査報告—(龍谷大学紀要 2009.11)

健康食品の使用頻度	ほとんど毎日使用している 25.0% 週に2～3回使用している 8.5% 月に2～3回使用している 2.4% 必要なときに使用している 20.7% 購入時に使用したが今は使用していない 11.3% 使用したことがない 30.5% 無回答 1.6%	2004.10.18～ 11.19	政令指定都市および東京23区に居住する世帯人員2人以上世帯の20歳以上69歳以下の既婚女性	1,899人 (層化2段無作為抽出3,000人)	郵送法	(独)国民生活センター	第35回国民生活動向調査－健康食品等をめぐる主婦の意識と行動－
健康食品を利用する頻度	ほとんど毎日使用している 26.2% たまに利用している 32.3% 以前は利用していたが今は利用していない 16.5% 利用したことがない 25.0%	2012.2.28～ 3.5	日本に居住する20～79歳までの「健康食品」の利用者(男女比1:1、年代構成は人口構成に合わせて)	10,000人 (予備調査30,000人)	インターネット調査	消費者委員会(調査会社:楽天リサーチ(株))	消費者の「健康食品」の利用に関する実態調査(アンケート調査)
「いわゆる健康食品」の摂取頻度	毎日摂取している 37.0% 週3～6日摂取している 10.8% 週1～2日摂取している 10.8% 週1日未満摂取している 12.4% 調子が悪い時のみ摂取している 29.0%	2014.3.5～7	「医薬品・健康食品」の業種を除いた15～79歳の男女(人口構成に合わせて割当抽出)	3,000人 (モニター登録者)	インターネット調査	消費者庁(調査会社:(株)インテリサーチ)	食品の機能性表示に関する消費者意向等調査結果
特定保健用食品の利用頻度	毎日 39.7% 週5～6日 13.2% 週3～4日 18.5% 週1～2日 13.5% 週1日未満 3.8% 必要と感じたとき 7.4% 特に意識していない 4.0%	2014.9.13～25	15歳以上の特定保健用食品および医薬品を併用している利用者(高校生を除く)	1,277名 (モニター登録者)	インターネット調査	(独)国立健康・栄養研究所 情報センター(調査会社:(株)マロミル)	特定保健用食品と医薬品の併用に関する実態調査(日本栄養・食糧学会誌第68巻 第4号 147～155 (2015))
主な特定保健用食品の利用期間	つい最近利用し始めた 9.6% 数週間 6.9% 1か月程度 9.7% 数か月程度 22.2% 半年以上 13.5% 1年以上 38.1%	2014.9.13～25	15歳以上の特定保健用食品および医薬品を併用している利用者(高校生を除く)	1,277名 (モニター登録者)	インターネット調査	(独)国立健康・栄養研究所 情報センター(調査会社:(株)マロミル)	特定保健用食品と医薬品の併用に関する実態調査(日本栄養・食糧学会誌第68巻 第4号 147～155 (2015))

【使用した健康食品の種類】

設問	回答	調査時期	調査対象	規模	方法	調査実施者	出典
使用した健康食品の形態	カプセル・錠剤 70.6% 飲料 36.5% 粉末・顆粒状 30.4% 乳製品 11.4% 濃縮液 9.2% 食用油 7.4% ガム・あめ類 5.1% 調味料 2.9%	2004.10.18～ 11.19	政令指定都市および東京23区に居住する世帯人員2人以上世帯の20歳以上69歳以下の既婚女性	1,899人 (層化2段無作為抽出3,000人)	郵送法	(独)国民生活センター	第35回国民生活動向調査－健康食品等をめぐる主婦の意識と行動－
普段、主に利用している健康食品	ビタミン・ミネラル系サプリメント 43% その他サプリメント 44% 飲料・ドリンク 36% その他の食品 31%	2007.12.4～5	男女各250名、20～60歳代、週1回以上「健康食品」を利用している者	500人	インターネット調査	健康と食品懇話会(調査会社:ヤフパブリックインサイト(株))	健康食品の安全性に関する消費者意識
最近1年間に、摂取した「健康食品」は何か。	特定保健用食品 44.7% 「いわゆる健康食品」 38.4% 栄養機能食品 31.2% わからない 26.6%	2014.3.5～7	「医薬品・健康食品」の業種を除いた15～79歳の男女(人口構成に合わせて割当抽出)	3,000人 (モニター登録者)	インターネット調査	消費者庁(調査会社:(株)インテリサーチ)	食品の機能性表示に関する消費者意向等調査結果
特保と知って飲んでいる物	ヘルシア緑茶 25.1% 黒烏龍茶 24.2% ヘルシアウォーター 17.2% メッツコーラ 14.5% 胡麻麦茶 11.2% ファイブミニ 8.5% 春爽麗茶 7.7% カテキン烏龍茶 6.6% 五穀めぐみ茶 6.2% 黒豆黒茶 4.8% ペプシベシヤル 3.9% 午後の紅茶ストレートプラス 3.9% カテキンジャスミン茶 2.7% スタイリースパークリング 2.7% 健茶王すっきり烏龍茶 2.5% グルコケア 1.9% 緑でサラナ 1.7% あてはまるものはない 52.4%	2012.11.27～ 28	関東圏に在住の20～69歳の男女	500人(モニター登録者)	インターネット調査	(株)マーシュ	自主調査 トクホ(特定保健用食品)に関するアンケート
普段、摂取している健康食品の種類	サプリメント 83.4% 栄養ドリンク 26.9% お茶(健康茶、ダイエット茶など) 26.9% 乳製品 25.6% バランス栄養食品(シリアル、バー、ゼリー飲料など) 19.7% お茶以外の清涼飲料(青汁、トクホ炭酸飲料など) 19.7% 発酵食品 18.8% 菓子類(シュガーレスガム、ダイエット菓子など) 13.8% 調味料 9.4% その他 0.9%	2015.7.9～14	全国30～69歳の「健康食品」を週1回以上購入して週に1日以上摂取している男女	320人(モニター登録者)	インターネット調査	(株)マーシュ	自主調査「健康食品」に関する調査

3か月以内に摂取した特定保健用食品	お茶(健康茶、ダイエット茶など) 33.8% お茶以外の清涼飲料(青汁、トクホ炭酸飲料など) 20.3% サプリメント 18.4% 乳製品 13.4% 栄養ドリンク 10.6% バランス栄養食品(シリアル、バー、ゼリー飲料など) 6.9% 菓子類(シュガーレスガム、ダイエット菓子など) 6.6% 発酵食品 3.4% 調味料 2.5% その他 0.0% トクホは摂取していない 40.9%	2015.7.9~14	全国30~69歳の「健康食品」を自分で購入して週に1日以上摂取している男女	320人(モニター登録者)	インターネット調査	(株)マージュ	自主調査「健康食品に関する調査」
購入したことがあるトクホ商品	お茶系飲料 28.4% 炭酸飲料 15.4% ヨーグルト 14.8% 清涼飲料 11.6% 乳飲料・乳酸菌飲料 8.7% コーヒー飲料 7.4% 食用油 6.0% 果実・野菜飲料 5.1% 豆乳 4.7% ガム 4.3% マヨネーズ 4.2% 納豆 3.5% 豆腐 3.0% ソーセージ・魚肉ソーセージ 2.9% 即席めん・インスタントラーメン 2.2% 酢 2.2% マーガリン・ファットスプレッド 2.1% ビスケット・クッキー 1.9% シリアル・コーンフレーク 1.8% 甘味料・テーブルシュガー 1.5% 粉末飲料(青汁等) 1.4% ゼリー飲料 1.4% インスタントスープ・フリーズドライスープ 1.3% ゼリー 1.3% タブレット・錠剤タイプ 1.1% その他 0.8% 直近1年で購入したものはない 11.9% 購入したことがない 37.7%	2015.4.1~4.6	日本在住の10代以上の男女(9割が30代以上、44%が50代以上)	11,659人(モニター登録者)	インターネット調査	マイボイスコム(株)	「特定保健用食品」の利用に関する調査(第4回)
使用したことがある健康食品の種類	ビタミン類 50.3% ミネラル類 34.5% 健康茶類 24.5% おなかの調子関係(保健機能食品) 17.3% コラーゲン 16.9% ミネラルの吸収・骨関係(保健機能食品) 16.4% 体脂肪・中性脂肪関係(保健機能食品) 15.7% コレステロール関係(保健機能食品) 11.0%	2004.10.18~11.19	政令指定都市および東京23区に居住する世帯人員2人以上世帯の20歳以上69歳以下の既婚女性	1,899人(層化2段無作為抽出3,000人)	郵送法	(独)国民生活センター	第35回国民生活動向調査ー健康食品等をめぐる主婦の意識と行動ー

【利用している健康食品の数】

設問	回答	調査時期	調査対象	規模	方法	調査実施者	出典
特定保健用食品の利用数	1製品 67.7% 2製品 21.2% 3製品 7.4% 4製品 1.6% 5製品以上 2.2%	2013.7.23~25	15歳以上の特定保健用食品の利用者(高校生を除く)	1,092名(モニター登録者)	インターネット調査	(独)国立健康・栄養研究所 情報センター(調査会社:(株)マロミル)	特定保健用食品の利用実態(日本栄養・食糧学会誌 第67巻 第4号 177-184 (2014))
特定保健用食品の利用数	1製品 75.5% 2製品 17.2% 3製品 5.2% 4製品 0.5% 5製品以上 1.5%	2014.9.13~25	15歳以上の特定保健用食品および医薬品を併用している利用者(高校生を除く)	1,277名(モニター登録者)	インターネット調査	(独)国立健康・栄養研究所 情報センター(調査会社:(株)マロミル)	特定保健用食品と医薬品の併用者に関する実態調査(日本栄養・食糧学会誌 第68巻 第4号 147-155 (2015))
特定保健用食品の利用者の中でのいわゆる健康食品の利用数	利用していない 48.5% 1製品 26.8% 2製品 11.9% 3製品 7.0% 4製品 1.1% 5製品以上 4.9%	2013.7.23~25	15歳以上の特定保健用食品の利用者(高校生を除く)	1,092名(モニター登録者)	インターネット調査	(独)国立健康・栄養研究所 情報センター(調査会社:(株)マロミル)	特定保健用食品の利用実態(日本栄養・食糧学会誌 第67巻 第4号 177-184 (2014))
特定保健用食品の利用者の中でのいわゆる健康食品の利用数	利用していない 63.9% 1製品 22.0% 2製品 8.0% 3製品 3.7% 4製品 0.9% 5製品以上 1.7%	2014.9.13~25	15歳以上の特定保健用食品および医薬品を併用している利用者(高校生を除く)	1,277名(モニター登録者)	インターネット調査	(独)国立健康・栄養研究所 情報センター(調査会社:(株)マロミル)	特定保健用食品と医薬品の併用者に関する実態調査(日本栄養・食糧学会誌 第68巻 第4号 147-155 (2015))
併用しているサプリメントの種類	1種類 31.8% 2~4種類 43.4% 5種類以上 5.5% サプリメントを利用していない 19.4%	2012.2.28~3.5	日本に居住する20~79歳までの「健康食品」の利用者(男女比1:1、年代構成は人口構成に合わせて分配)	10,000人(予備調査30,000人)	インターネット調査	消費者委員会(調査会社:楽天リサーチ(株))	消費者の「健康食品」の利用に関する実態調査(アンケート調査)

現在、何種類のサプリメントを『購入・摂取していますか』	1種類 31.4% 2種類 35.7% 3種類 16.3% 4種類 5.7% 5種類 3.3%	2014.1.6～7	普段からサプリメント・健康食品を購入・摂取している20～59歳の男女	300人	インターネット調査	(株)オプティマ製薬	サプリメント・健康食品愛用者300人に聞いた「サプリメント・健康食品」に関する調査
-----------------------------	---	------------	------------------------------------	------	-----------	------------	---

【健康食品の購入費用】

設問	回答	調査時期	調査対象	規模	方法	調査実施者	出典
1か月当たりの健康食品の購入費用	1,000円未満 18.4% 1,000～5千円未満 40.0% 5千円～1万円未満 26.3% 1万円～5万円未満 8.8% 5万円以上 0.6% 購入していない 2.5% わからない 2.4% 無回答 0.9%	2004.10.18～11.19	政令指定都市および東京23区に居住する世帯人員2人以上世帯の20歳以上69歳以下の既婚女性	1,899人 (層化2段無作為抽出3,000人)	郵送法	(独)国民生活センター	第35回国民生活動向調査－健康食品等をめぐる主婦の意識と行動－
健康食品やサプリメントの1か月平均の購入金額	1,000円未満 14.1% 1,500円未満 10.9% 2,000円未満 16.9% 3,000円未満 18.1% 4,000円未満 6.8% 5,000円未満 14.3% 7,500円未満 3.8% 10,000円未満 7.0% 15,000円未満 4.4% 20,000円未満 1.8% 20,000円以上 1.5% わからない 0.4%	2011.3.8～23	東急沿線情報サイトとくらく会員	4,800人	インターネット調査	東京急行電鉄(株)セラン事務局	東急沿線アンケート調査(健康や健康食品・サプリメントに関するアンケート)
健康食品に毎月支出する額	1,000円未満 30.0% 1,000円以上3,000円未満 40.1% 3,000円以上5,000円未満 18.4% 5,000円以上10,000円未満 7.9% 10,000円以上 3.4% その他 0.3%	2012.2.28～3.5	日本に居住する20～79歳までの「健康食品」の利用者(男女比1:1、年代構成は人口構成に合わせて分配)	10,000人 (予備調査30,000人)	インターネット調査	消費者委員会(調査会社:楽天リサーチ(株))	消費者の「健康食品」の利用に関する実態調査(アンケート調査)

【健康食品の購入先】

設問	回答	調査時期	調査対象	規模	方法	調査実施者	出典
どこで健康食品を購入しているか	店舗(コンビニ、ドラッグストアなど) 66.3% 通信販売(TV、新聞、雑誌) 24.9% 通信販売(インターネット、携帯サイト) 13.6% 個人輸入 1.5% その他 6.1% 無回答 2.9%	2009.10.14～11.13	東京都内在住の20歳以上の者	7,259人 (住民基本台帳からの無作為抽出6,000世帯)	留め置き調査	東京都	21年度「都民の健康と医療に関する実態と意識」
健康食品の購入先や入手方法	スーパー・薬局の店頭 60.9% 友人・知人 19.6% 通信販売 37.7%(雑誌20.5%、TV・ラジオ10.8%、インターネット6.4%) コンビニの店頭 10.0% 訪問販売 3.1% 個人輸入 1.4% エステサロン 1.1% スポーツジム 0.9%	2004.10.18～11.19	政令指定都市および東京23区に居住する世帯人員2人以上世帯の20歳以上69歳以下の既婚女性	1,899人 (層化2段無作為抽出3,000人)	郵送法	(独)国民生活センター	第35回国民生活動向調査－健康食品等をめぐる主婦の意識と行動－
健康食品やサプリメントの購入先	薬局・ドラッグストア 62.4% インターネット 40.7% 通信販売 27.1% 健康食品販売コーナー(スーパー・デパートなど) 10.2% 健康食品専門店 6.1% コンビニエンスストア 5.2% 戸別訪問 0.8% その他 4.7%	2011.3.8～23	東急沿線情報サイトとくらく会員	4,800人	インターネット調査	東京急行電鉄(株)セラン事務局	東急沿線アンケート調査(健康や健康食品・サプリメントに関するアンケート)
健康食品を購入する先	店舗購入 60.8% ネット販売(個人輸入を除く) 49.0% 通信販売(ネット通販を除く) 16.0% 個人輸入 2.0% 訪問販売 1.8% その他 2.3%	2012.2.28～3.5	日本に居住する20～79歳までの「健康食品」の利用者(男女比1:1、年代構成は人口構成に合わせて分配)	10,000人 (予備調査30,000人)	インターネット調査	消費者委員会(調査会社:楽天リサーチ(株))	消費者の「健康食品」の利用に関する実態調査(アンケート調査)

【健康食品を利用する(利用したい)目的】

設問	回答	調査時期	調査対象	規模	方法	調査実施者	出典
効用を意識して購入した特保の効用は何か	コレステロールが高めの方に適する 44.6% 中性脂肪が上昇しにくい・体に脂肪がつきにくい 38.7% 血糖値の上昇を緩やかにする 35.4% お腹の調子を整える・便秘改善 29.3% 血圧が高めの方に適する 23.8% カルシウム等の吸収を高める 10.2% 骨の健康維持に役立つ 9.5% 歯や歯茎の健康維持に役立つ 7.3% 鉄を補給する 5.8% その他 7.4% 無回答 0.6%	2015.4.1～4.6	日本在住の10代以上の男女(9割が30代以上、44%が50代以上)	11,659人 (モニター登録者)	インターネット調査	マイボイスコム(株)	「特定保健用食品」の利用に関する調査(第4回)

利用してみたい特保の効能は何か	コレステロールが高めの方に適する 29.6% お腹の調子を整える・便秘改善 26.6% 中性脂肪が上昇しにくい・体に脂肪が付きにくい 25.3% 血糖値の上昇を緩やかにする 22.9% 骨の健康維持に役立つ 21.5% カルシウム等の吸収を高める 19.5% 血圧が高めの方に適する 18.8% 鉄を補給する 16.9% 歯や歯茎の健康維持に役立つ 6.6% その他 3.5% いずれもない 26.4% 無回答 0.8%	2015.4.1～4.6	日本在住の10代以上の男女(9割が30代以上、44%が50代以上)	11,659人(モニター登録者)	インターネット調査	マイボイスコム(株)	「特定保健用食品」の利用に関する調査(第4回)
健康食品を使用する理由	健康の維持・増進を期待 61.7% 疲労回復を期待 34.4% 栄養補給を期待 29.1% 病気の予防 27.0% 手軽に利用できる 24.9% 美容効果を期待 23.4% ダイエット効果を期待 16.3% 副作用がない 14.9% 便秘気味のため 12.5%	2004.10.18～11.19	政令指定都市および東京23区に居住する世帯人員2人以上世帯の20歳以上69歳以下の既婚女性	1,899人(層化2段無作為抽出3,000人)	郵送法	(独)国民生活センター	第35回国民生活動向調査－健康食品等をめぐる主婦の意識と行動－
利用した特保の種類	食後の中性脂肪が上昇しにくい、体脂肪が付きにくい 40.8% おなかの調子を整える 34.4% コレステロールが高めの方に適する 24.2% 食後の血糖値の上昇を緩やかにする 15.3% 血圧が高めの方に適する 12.6% 歯の健康に役立つ 9.7% 骨の健康維持に役立つ 6.0% カルシウム等の吸収を高める 5.3% その他 13.1%	2013.7.23～25	15歳以上の特定保健用食品の利用者(高校生を除く)	1,092名(モニター登録者)	インターネット調査	(独)国立健康・栄養研究所 情報センター(調査会社:(株)マロミル)	特定保健用食品の利用実態(日本栄養・食糧学会誌 第67巻 第4号 177-184 (2014))
利用した特保の種類	食後の中性脂肪が上昇しにくい、体脂肪が付きにくい 34.1% おなかの調子を整える 27.3% コレステロールが高めの方に適する 18.9% 食後の血糖値の上昇を緩やかにする 16.8% 血圧が高めの方に適する 11.7% 歯の健康に役立つ 4.3% 骨の健康維持に役立つ 5.4% カルシウム等の吸収を高める 3.0% その他 12.1%	2014.9.13～25	15歳以上の特定保健用食品および医薬品を併用している利用者(高校生を除く)	1,277名(モニター登録者)	インターネット調査	(独)国立健康・栄養研究所 情報センター(調査会社:(株)マロミル)	特定保健用食品と医薬品の併用者に関する実態調査(日本栄養・食糧学会誌 第68巻 第4号 147-155 (2015))
機能性表示で重視しているキーワードは何か	コレステロール 42.5% 中性脂肪 40.2% 体脂肪 29.9% 血糖値 29.6% 血圧 28.2% 食物繊維 27.4% 糖質 26.8% 整腸(便秘) 24.5% 脂質 18.8% エネルギー・カロリー 16.0%	2014.6.18～24	全国の20歳以上の男女	845人	インターネット調査	アサヒグループホールディングス お客様生活文化研究所	第509回身体にいい物を食べていますか?
購入時に重視しているキーワードは何か(男性(133人)のみ回答)	コレステロール 45.1% 中性脂肪 42.1% 血糖値 36.8% 体脂肪 30.8% 血圧 27.8% 整腸(便秘) 24.8% プリン体 21.1% 糖質 20.3% 食物繊維 18.0% 脂質 16.5%	2015.6.17～23	全国の20歳以上の男女	660人	インターネット調査	アサヒグループホールディングス お客様生活文化研究所	第553回身体にいい物を食べていますか?
購入時に重視しているキーワードは何か(女性(167人)のみ回答)	コレステロール 49.1% 整腸(便秘) 38.3% 体脂肪 36.5% 中性脂肪 34.7% 食物繊維 31.7% 糖質 29.9% 血圧 24.6% 鉄 23.4% エネルギー・カロリー 22.2%	2015.6.17～23	全国の20歳以上の男女	660人	インターネット調査	アサヒグループホールディングス お客様生活文化研究所	第553回身体にいい物を食べていますか?
特定保健用食品で魅力を感じる効果	体脂肪低下 51.6% 中性脂肪が付きにくくなる 50.9% コレステロール低下 46.3% おなかの調子を整える 42.5% 骨の健康を維持 39.7% 肥満予防 35.9% 血圧低下 30.6% 血糖値低下 30.0% 便秘改善 29.7% ミネラルの吸収を助ける 23.8% 歯を丈夫にする 23.1% この中であてはまるものはない 9.4%	2015.7.9～14	全国30～69歳の「健康食品」を自分で購入して週に1日以上摂取している男女	320人(モニター登録者)	インターネット調査	(株)マーシュ	自主調査「健康食品に関する調査」

特定保健用食品の利用目的	健康維持 65.8% 美容・ダイエット 33.3% 体質の改善 32.0% 乱れた食生活を補う 19.8% 病気の予防 26.4% 病気の治療 5.8% 身体に良さそうだから 49.6% おいしい/好きだから 18.4% 特に気にしていない 4.6% その他 0.5%	2013.7.23～25	15歳以上の特定保健用食品の利用者(高校生を除く)	1,092名 (モニター登録者)	インターネット調査	(独)国立健康・栄養研究所 情報センター(調査会社:(株)マロミル)	特定保健用食品の利用実態(日本栄養・食糧学会誌 第67巻 第4号 177-184 (2014))
特定保健用食品の利用目的	健康維持 33.8% 美容・ダイエット 16.2% 体質の改善 9.7% 乱れた食生活を補う 2.3% 病気の予防 7.0% 病気の治療 6.4% 身体に良さそうだから 12.3% おいしい/好きだから 5.1% 以前から利用 0.6% 特に気にしていない 4.8% その他 4.8%	2014.9.13～25	15歳以上の特定保健用食品および医薬品を併用している利用者(高校生を除く)	1,277名 (モニター登録者)	インターネット調査	(独)国立健康・栄養研究所 情報センター(調査会社:(株)マロミル)	特定保健用食品と医薬品の併用者に関する実態調査(日本栄養・食糧学会誌 第68巻 第4号 147-155 (2015))
健康食品やサプリメントを利用した目的	総合的なビタミン・栄養補給 55.0% 疲労回復 44.3% 美肌効果 26.9% 老化防止・アンチエイジング 25.8% 免疫力・抵抗力強化 14.6% 滋養強壮 14.0% 整腸効果 10.9% 中性脂肪など脂肪燃焼対策 10.5% 生活習慣病予防 9.7% アレルギー対策・花粉症対策 9.2% カロリーコントロール 9.0% 骨強化 8.6% 関節痛予防 8.1% 肝機能強化 7.5% 抗酸化対策 6.2% コレステロール抑制 4.0% 血圧対策 3.4% デトックス効果 2.9% 更年期障害 2.7% 成人病予防 2.7% 血糖値対策 2.0% その他 9.2%	2011.3.8～23	東急沿線情報サイトとくら倶会員	4,800人	インターネット調査	東京急行電鉄(株)セラシヤ事務局	東急沿線アンケート調査(健康や健康食品・サプリメントに関するアンケート)
健康食品を利用する目的	体調の維持・病気の予防 50.3% 健康の増進 43.2% 特定の栄養素の補給 39.9% 疲労回復 35.0% 美容 15.4% 老化予防14.5% ダイエット 14.0% 病状の改善 11.4% その他 1.2%	2012.2.28～3.5	日本に居住する20～79歳までの「健康食品」の利用者(男女比1:1、年代構成は人口構成に合わせて分配)	10,000人 (予備調査30,000人)	インターネット調査	消費者委員会(調査会社:楽天リサーチ(株))	消費者の「健康食品」の利用に関する実態調査(アンケート調査)
医療機関の受診等をすることなく、健康食品で不健康な状態を改善しようとした際に摂取したもの	ダイエットが必要な方に適したもの 27.6% カルシウム不足の方に適したもの 26.8% コレステロールが気になる方に適したもの 25.8% 関節の痛みが気になる方に適したもの 22.3% 血圧が高めの方に適したもの 19.1% 貧血が気になる方に適したもの 17.9% 花粉症の方に適したもの 16.3% 血糖値が気になる方に適したもの 11.0% その他 14.1%	2012.2.28～3.5	日本に居住する20～79歳までの「健康食品」の利用者(男女比1:1、年代構成は人口構成に合わせて分配)	10,000人 (予備調査30,000人)	インターネット調査	消費者委員会(調査会社:楽天リサーチ(株))	消費者の「健康食品」の利用に関する実態調査(アンケート調査)
特保を利用する目的(食習慣に問題のない糖尿病患者のうち特保利用者のみ回答:8名)	食事療法の効果を高めるため 55% 血糖値・食事療法の代わりに 25% その他 20%	2009.3～5	大阪府済生会野江病院糖尿病・内分泌内科に入院した2型糖尿病の外來患者	154名(無作為抽出)	配票調査	大阪府済生会野江病院栄養管理科	糖尿病患者における特定保健用食品の利用と食事療法への効果(糖尿病54巻 11号837-841(2011))
特保を利用する目的(食習慣に問題のある糖尿病患者のうち特保利用者のみ回答:37名)	食事療法の効果を高めるため 10% 血糖値・食事療法の代わりに 70% その他 20%	2009.3～5	大阪府済生会野江病院糖尿病・内分泌内科に入院した2型糖尿病の外來患者	154名(無作為抽出)	配票調査	大阪府済生会野江病院栄養管理科	糖尿病患者における特定保健用食品の利用と食事療法への効果(糖尿病54巻 11号837-841(2011))

【健康食品の情報源】

設問	回答	調査時期	調査対象	規模	方法	調査実施者	出典
健康食品やサプリメントに関する情報の入手先	テレビCM 58.9% インターネット 47.9% 新聞 37.9% 新聞折込み広告 34.7% テレビ番組 30.0% 友人・知人など 16.9% 登録しているメールマガジン 12.1% 販売店 11.3% DM 11.2% 健康雑誌 9.7% 週刊誌 8.6% 健康食品に関する本 5.7% その他 4.4%	2011.3.8～23	東急沿線情報サイトとくら倶会員	4,800人	インターネット調査	東京急行電鉄(株)セラシテ事務局	東急沿線アンケート調査(健康や健康食品・サプリメントに関するアンケート)
健康食品に関する情報収集経路	インターネット 56.9% テレビ・ラジオの番組やコマーシャル 44.4% 雑誌・新聞・書籍の記事や広告 29.0% 購入店舗 22.4% 家族・友人・知人・またはその紹介 21.4% チラシ・ダイレクトメール・折込広告・フリーペーパー 19.6% 専門家 5.1% 訪問販売員 1.5% 行政機関 1.3% その他 1.1%	2012.2.28～3.5	日本に居住する20～79歳までの「健康食品」の利用者(男女比1:1、年代構成は人口構成に合わせて分配)	10,000人(予備調査30,000人)	インターネット調査	消費者委員会(調査会社:楽天リサーチ(株))	消費者の「健康食品」の利用に関する実態調査(アンケート調査)
インターネットから情報収集する場合の内訳	「健康食品」メーカーや販売店のサイト・ブログ 59.1% 検索サイト 55.8% 口コミサイト 37.6% メールマガジン・電子メール 25.3% 個人のブログ 9.9% 掲示板 6.1% SNS 4.3% その他 0.5%	2012.2.28～3.5	日本に居住する20～79歳までの「健康食品」の利用者(男女比1:1、年代構成は人口構成に合わせて分配)	10,000人(予備調査30,000人)	インターネット調査	消費者委員会(調査会社:楽天リサーチ(株))	消費者の「健康食品」の利用に関する実態調査(アンケート調査)
健康食品を使用するきっかけ	健康の維持 39.2% TV・新聞等の広告 14.7% 家族・友人の勧め 12.7% 病気の予防や治療 12.4% 販売店での勧め 1.4% 医療関係者からの勧め 1.3% その他 3.3% 無回答 15.0%	2009.10.14～11.13	東京都内在住の20歳以上の者	7,259人(住民基本台帳からの無作為抽出6000世帯)	留め置き調査	東京都	21年度「都民の健康と医療に関する実態と意識」
健康食品を使用するきっかけ	健康の維持 39.4% TV・新聞等の広告 18.0% 病気の予防や治療 12.7% 家族・友人の勧め 11.2% 医療関係者からの勧め 1.0% 販売店での勧め 1.0% その他 2.5% 無回答 14.3%	2014.10.15～11.14	東京都内在住の20歳以上の者	6,403人(住民基本台帳からの無作為抽出6000世帯)	留め置き調査	東京都	26年度「都民の健康と医療に関する実態と意識」

【健康食品を選択する際に着目するもの】

設問	回答	調査時期	調査対象	規模	方法	調査実施者	出典
サプリメントなどの健康食品を購入する際に重視するものは何か	価格 74.3% 品質 59.0% 配合成分 58.3% 飲みやすさ・食べやすさ 47.0% メーカー 27.7% 口コミ・評判 18.7% ブランド 13.7% キャッチコピー 4.7% TVCM・広告・店頭POP 3.0% パッケージ 2.7% その他 1.3%	2014.1.6～7	普段からサプリメント・健康食品を購入・摂取している20～59歳の男女	300人	インターネット調査	(株)オプティマ製薬	サプリメント・健康食品愛用者300人に聞いた「サプリメント・健康食品」に関する調査
健康食品に対して重視する項目	効き目・有効性 47.8% 安全性 27.6% 価格 18.4% 味や飲みやすさ 5.9% その他 0.4%	2012.2.28～3.5	日本に居住する20～79歳までの「健康食品」の利用者(男女比1:1、年代構成は人口構成に合わせて分配)	10,000人(予備調査30,000人)	インターネット調査	消費者委員会(調査会社:楽天リサーチ(株))	消費者の「健康食品」の利用に関する実態調査(アンケート調査)
購入時に参考にすること	パッケージなどの説明 50.1% 原材料表示 39.7% 栄養成分表示 36.0% 特保マークや保健機能の表示 35.6% 友人・知人のすすめ 29.4% 製造者名・販売者名 26.1% 原産国表示 21.3% ブランド名 13.4% 医師・薬剤師の勧め 12.6% 販売員の説明 10.2%	2004.10.18～11.19	政令指定都市および東京23区に居住する世帯人員2人以上世帯の20歳以上69歳以下の既婚女性	1,899人(層化2段無作為抽出3,000人)	郵送法	(独)国民生活センター	第35回国民生活動向調査ー健康食品等をめぐる主婦の意識と行動ー

確認する表示内容 ※表示内容(必ず見る＋一応見る(%))、見ていない＋知らなかった(%))の形式で右欄に記載	栄養成分表示(71.8%、28.1%) エネルギー(72.8%、27.1%) 保健用途(75.9%、20.1%) 1日当たりの摂取目安量(65.5%、34.5%) 摂取方法(63.5%、36.5%) 関与成分(48.9%、51.1%) 注意事項(57.4%、42.6%) キャッチコピー(52.5%、47.5%) 問合せ先(21.3%、78.6%)	2013.7.23～25	15歳以上の特定保健用食品の利用者(高校生を除く)	1,092名(モニター登録者)	インターネット調査	(独)国立健康・栄養研究所 情報センター(調査会社:(株)マロミル)	特定保健用食品の利用実態(日本栄養・食糧学会誌 第67巻 第4号 177-184 (2014))
健康食品を購入する際に参考にしている情報	機能性(効果・効能) 63.4% 含有成分名・含有成分量 61.0% 原材料名 54.8% 製造した国 42.2% 含まれる成分が無添加・天然由来 39.6% 製品のブランド名 38.9% 製造者名・販売者名 33.9% キャンペーン情報・割引情報 30.7% 原材料の原産国 29.7% ランキングや口コミ情報 23.6% 医師・学者・学会等の推薦 15.7% 行政機関による安全性等の情報 11.5% 「利用者〇万人突破」などの利用実績 9.7% 業界団体の認証マーク 9.7% 有名人等の体験談 3.9% その他 1.1% 特になし 4.7%	2012.2.28～3.5	日本に居住する20～79歳までの「健康食品」の利用者(男女比1:1、年代構成は人口構成に合わせて分配)	10,000人(予備調査30,000人)	インターネット調査	消費者委員会(調査会社:楽天リサーチ(株))	消費者の「健康食品」の利用に関する実態調査(アンケート調査)
食品の「機能性」や「栄養」の表示を重視して購入するか	とても重視する 7.6% まあまあ重視する 34.0% あまり気にしない 46.5% 全く気にしない 9.9%	2014.6.18～24	全国の20歳以上の男女	845人	インターネット調査	アサヒグループホールディングス お客様生活文化研究所	第509回身体にいい物食べていますか?
食品の「機能性」や「栄養」の表示を重視して購入するか	とても重視する 8.8% まあまあ重視する 38.9% あまり気にしない 44.1% 全く気にしない 8.2%	2015.6.17～23	全国の20歳以上の男女	660人	インターネット調査	アサヒグループホールディングス お客様生活文化研究所	第553回身体にいい物食べていますか?
食品表示の中で特保マークを確認するか	必ず見る 6.6% たいてい見る 18.0% 時々見る 35.0% ほとんど見ない 26.7% 気にしたことがない 13.7%	2014.8.29～9.12	群馬県民(20歳以上の男女)	820人(選挙人名簿抄本から無作為抽出1500人)	郵送法	群馬県	平成26年度「食品の安全等に関する県民意識調査」
「原料や製造方法、商品に対して、安全性が十分確かめられた食品につける認証マーク」があったら安心であるか	安心である 38% やや安心である 52% あまり安心ではない 9% 安心ではない 1%	2007.12.4～5	男女各250名、20～60歳代、週1回以上「健康食品」を利用している者	500人	インターネット調査	健康と食品懇話会(調査会社:ヤフーパブリックインサイト(株))	健康食品の安全性に関する消費者意識
実際に「原料や製造方法、商品に対して、安全性が十分確かめられた食品につける認証マーク」のついた商品があったら購入するか	認証マークのついた商品のみを買う 10% できる限り認証マークのついた商品を買う 42% 同じような商品であれば、認証マークのついた商品を選ぶ 39% 認証マークの有無では商品は選ばない 9%	2007.12.4～5	男女各250名、20～60歳代、週1回以上「健康食品」を利用している者	500人	インターネット調査	健康と食品懇話会(調査会社:ヤフーパブリックインサイト(株))	健康食品の安全性に関する消費者意識

【健康食品のイメージ】

設問	回答	調査時期	調査対象	規模	方法	調査実施者	出典
特保と思うものを選択	血圧やコレステロールを正常に保つ補助 52.9% 血圧を正常にする 33.7% お腹の調子を整える 36.4% 体脂肪を減らす 46.8% 体重を落とす 12.0% 脂分の吸収を抑える 56.3% 体調を整える 24.4% 栄養素を補う 24.4% 保健機能が証明されている 53.6% 食品機能を消費者庁長官が保証する制度 14.5% 食品機能を厚生労働省が保証する制度 38.7% あてはまるものがない 4.3%	2012.11.27～28	関東圏に在住の20～69歳の男女	500人(モニター登録者)	インターネット調査	(株)マーシュ	自主調査 トクホ(特定保健用食品)に関するアンケート
特定保健用食品について持っているイメージ	価格が高い 56.3% 健康に良い 41.3% 高価が高い 30.9% 気休め 18.4% 話題性がある 11.3% 年配向けのものが多い 10.9% プレミアム感がある 8.1% 味が美味しい 7.8% 気がついたときにとる 7.8% パッケージデザインが良い 1.9% 薬代わり 1.9% 若者向けのものが多い 1.3% この中であてはまるものはない 4.7%	2015.7.9～14	全国30～69歳の「健康食品」を自分で購入して週に1日以上摂取している男女	320人(モニター登録者)	インターネット調査	(株)マーシュ	自主調査「健康食品に関する調査」



健康食品としてイメージする食品	特定保健用食品 63.9% サプリメント・ビタミン剤 60.8% 発酵食品(ヨーグルト、納豆等) 44.8% 健康茶(ドクダミ茶、甜茶、杜仲茶等) 37.3% バランス栄養食 37.3% 栄養ドリンク 27.4% ダイエット食品 16.0% ゼロカロリー/カロリーオフ飲料(コーラ、ジュース等) 6.5% その他 1.4%	2012.2.28～3.5	日本に居住する20～79歳までの男女	30,000人	インターネット調査	消費者委員会(調査会社:楽天リサーチ(株))	消費者の「健康食品」の利用に関する実態調査(アンケート調査)
健康食品に対するイメージ	栄養補給に必要 44.5% 高価である 29.7% 病気の予防や治療につながる 26.2% 効果が期待できない 21.4% 信用できない 19.4% 安心・有害な作用がない 19.0% 美容に役立つ 15.2% その他 5.6% 無回答 2.1%	2009.10.14～11.13	東京都内在住の20歳以上の者	7,259人(住民基本台帳からの無作為抽出6000世帯)	留め置き調査	東京都	21年度「都民の健康と医療に関する実態と意識」
健康食品に対するイメージ	栄養補給に必要 45.6% 安心・有害な作用がない 29.0% 高価である 28.6% 病気の予防や治療につながる 28.0% 効果が期待できない 21.2% 信用できない 17.6% 美容に役立つ 12.4% その他 3.5% 無回答 1.4%	2014.10.15～11.14	東京都内在住の20歳以上の者	6,403人(住民基本台帳からの無作為抽出6000世帯)	留め置き調査	東京都	26年度「都民の健康と医療に関する実態と意識」
「いわゆる健康食品」のイメージ(とてもそう思う、そう思うと回答した者の合計)	摂取することで健康を維持できる 53.8% 摂取することで病気の予防になる 46.5% 摂取することで病気が治る 10.6% 国が認可している 18.1% 試験などで効果があると証明されている 30.2% 試験などで安全性が証明されている 41% 多く飲むほど効果が高くなる 5.3% 複数の種類を同時に摂取すると効果が高くなる 7.9% 年齢等に関係なく、誰でも同じような効果が期待できる 6.2% 医薬品との同時利用で医薬品より高い効果が期待できる 6.5% 医薬品よりも安心して摂取できる 23.6% 原材料が天然由来のものは、より安心して摂取できる 48.9% 有効成分が凝縮されているので、効果が高い 26.9% 食事では摂取しにくい栄養成分を摂取することが出来る 70.2% 医薬品よりも健康食品で病気を予防したい 39.7% 良い影響を与えるものも、そうではないものもある 65.0% 摂取することで、健康被害が出ることは少ない 14.2% 製品パッケージの表示を、しっかり見て選ぶ必要がある 81.3% 製品パッケージ以外の情報も調べて選ぶ必要がある 73.1% 厳しい品質管理のもと、製造・販売されている 41.5%	2014.3.5～7	「医薬品・健康食品」の業種を除いた15～79歳の男女(人口構成に合わせて割当抽出)	3,000人(モニター登録者)	インターネット調査	消費者庁(調査会社:(株)インテリサーチ)	食品の機能性表示に関する消費者意向等調査結果
健康食品のイメージ	行き過ぎた宣伝・広告が目立つ 48.8% 簡単に栄養補給が出来て便利 46.6% 高額 39.2% 効果が期待できない 22.3% 病気の予防に効果がある 18.6% 美容やダイエットに効果がある 18.5% 食品だから安心 13.8% 病状の改善に効果がある 10.3% その他 1.7%	2012.2.28～3.5	日本に居住する20～79歳までの男女	30,000人	インターネット調査	消費者委員会(調査会社:楽天リサーチ(株))	消費者の「健康食品」の利用に関する実態調査(アンケート調査)
特定保健用食品に対するイメージ ※イメージ(そう思う+ややそう思う(%),どちらでもない%,ややそう思わない+そう思わない(%))の形式で右欄に記載	おいしい(51.4%、37.6%、11.0%) 安心感がある(85.9%、11.9%、2.4%) 安全である(81.1%、16.4%、2.5%) 値段が高い(82.8%、14.7%、2.6%) 効果が期待できる(68.2%、25.8%、5.9%) 薬の代わりになる(16.8%、34.3%、48.8%) 薬と併用しても大丈夫(40.2%、38.9%、20.7%)	2013.7.23～25	15歳以上の特定保健用食品の利用者(高校生を除く)	1,092名(モニター登録者)	インターネット調査	(独)国立健康・栄養研究所 情報センター(調査会社:(株)マロミル)	特定保健用食品の利用実態(「日本栄養・食糧学会誌」第67巻 第4号 177-184 (2014))
健康食品についてどう思うか	食事の補助的な利用であれば有用 54.0% 安全性や効果に疑問を感じるので利用したいと思わない 27.1% 健康に良いと思うので積極的に利用したい 3.4% 薬より安全で手軽に利用できるイメージ 3.3% 健康食品さえ摂取していれば健康維持できる 0.9% よくわからない 10.0% 無回答 1.3%	2014.8.29～9.12	群馬県民(20歳以上の男女)	820人(選挙人名簿抄本から無作為抽出1500人)	郵送法	群馬県	平成26年度「食品の安全等に関する県民意識調査」
特保の効果に対する意識	摂取するだけで健康維持できる 9.3% 摂取しないよりはした方がマシ 56.1% 謳われているほどの効果はない 18.2% 摂取しても変化は見られない 13.0% その他 3.3%	2012.11.27～28	関東圏に在住の20～69歳の男女	500人(モニター登録者)	インターネット調査	(株)マーシュ	自主調査 トクホ(特定保健用食品)に関するアンケート

【健康食品の安全性に対する意識】

設問	回答	調査時期	調査対象	規模	方法	調査実施者	出典
普段の「健康食品の安全性」に対してどの程度意識して使用しているか	必ず安全性に問題がないことを確認して利用している 5% 安全性にはできるだけ注意して利用している 44% 安全性は気にしているが、判断する方法がない 43% 安全性についてはそれほど気にしていない 8%	2007.12.4～5	男女各250名、20～60歳代、週1回以上「健康食品」を利用している者	500人	インターネット調査	健康と食品懇話会(調査会社:ヤフーパブリックインサイト(株))	健康食品の安全性に関する消費者意識
健康食品の安全性についてどう感じているか	安心 5.3% どちらかといえば安心 40% わからない 21.8% どちらかといえば不安 24.4% 不安 8.5%	2014.8.29～9.12	群馬県民(20歳以上の男女)	820人(選挙人名簿抄本から無作為抽出1500人)	郵送法	群馬県	平成26年度「食品の安全等に関する県民意識調査」

【健康食品に対する安心感】

設問	回答	調査時期	調査対象	規模	方法	調査実施者	出典
飲料ドリンクを不安に感じない理由(不安意識がない、安全性について考えたことがないと回答した者のみ)	メーカーが信頼できる 70% 国産の商品 22% 食品として売られている 21% 以前から愛用している 21% 昔から食されている 13% 厚生労働省認可とされている 12% 家族や友人が利用している 9% 販売店が信頼できる 8% 新聞・雑誌・TV等で話題 7% 口コミ等で多くの人が利用 6% 店員の詳しい説明により 3% 商品に問題がないと示されている 2% 安全性より効能効果が重要 1% その他 5% 特に安全性は気にしない 4%	2007.12.4～5	男女各250名、20～60歳代、週1回以上「健康食品」を利用している者	500人	インターネット調査	健康と食品懇話会(調査会社:ヤフーパブリックインサイト(株))	健康食品の安全性に関する消費者意識
その他の食品を不安に感じない理由(不安意識がない、安全性について考えたことがないと回答した者のみ)	メーカーが信頼できる 47% 食品として売られている 32% 国産の商品 26% 昔から食されている 25% 以前から愛用している 21% 販売店が信頼できる 10% 家族や友人が利用している 9% 口コミ等で多くの人が利用 7% 厚生労働省認可とされている 7% 商品に問題がないと示されている 5% 新聞・雑誌・TV等で話題 4% 店員の詳しい説明により 1% 安全性より効能効果が重要 1% その他 5% 特に安全性は気にしない 5%	2007.12.4～5	男女各250名、20～60歳代、週1回以上「健康食品」を利用している者	500人	インターネット調査	健康と食品懇話会(調査会社:ヤフーパブリックインサイト(株))	健康食品の安全性に関する消費者意識

【健康食品に関する不安感】

設問	回答	調査時期	調査対象	規模	方法	調査実施者	出典
健康食品を不安に感じる理由	安全性に関する科学的根拠に対して不安 26.8% 法律などの規制が不十分 20.5% 安全性に関する情報提供が不十分 15.4% 自分の知識が不足 15.4% 行政の監督指導が不十分 14.2% 事業差の法令順守、衛生管理が不安 13.8% 食品の安全性に関する事件・事故が起こっているから 13.0% その他 2.4% 無回答 22.4%	2014.8.29～9.12	群馬県民(20歳以上の男女)	820人(選挙人名簿抄本から無作為抽出1500人)	郵送法	群馬県	平成26年度「食品の安全等に関する県民意識調査」
普段利用している健康食品の安全性に対する不安意識	ビタミン・ミネラル系サプリメント 21% その他のサプリメント 20% 飲料・ドリンク 12% その他の食品 11%	2007.12.4～5	男女各250名、20～60歳代、週1回以上「健康食品」を利用している者	500人	インターネット調査	健康と食品懇話会(調査会社:ヤフーパブリックインサイト(株))	健康食品の安全性に関する消費者意識
ビタミン・ミネラル系サプリメントで不安に感じること(不安意識があると回答した者のみ)	成分の安全性 60% 原料の原産国 36% 食品添加物の安全性 30% 長期摂取の安全性 26% 製造メーカーの信頼性 21% 過剰摂取による安全性 19% 薬などの飲み合わせ 17% 副作用 11% 有害な物質の混入 9% 製造方法 6% 残留農薬 2% その他 2% なんとなく 4%	2007.12.4～5	男女各250名、20～60歳代、週1回以上「健康食品」を利用している者	500人	インターネット調査	健康と食品懇話会(調査会社:ヤフーパブリックインサイト(株))	健康食品の安全性に関する消費者意識

その他のサプリメントで不安に感じる事(不安意識があると回答した者のみ)	成分の安全性 44% 食品添加物の安全性 29% 有害な物質の混入 24% 製造メーカーの信頼性 22% 長期摂取の安全性 22% 副作用 22% 過剰摂取による安全性 20% 原料の原産国 18% 製造方法 11% 薬などの飲み合せ 11% 残留農薬 7% その他 2% なんとなく 4%	2007.12.4~5	男女各250名、20~60歳代、週1回以上「健康食品」を利用している者	500人	インターネット調査	健康と食品懇話会(調査会社:ヤフーパブリックインサイト(株))	健康食品の安全性に関する消費者意識
飲料ドリンクで不安に感じる事(不安意識があると回答した者のみ)	食品添加物の安全性 59% 成分の安全性 45% 原料の原産国 41% 製造メーカーの信頼性 36% 長期摂取の安全性 23% 過剰摂取による安全性 18% 有害な物質の混入 18% 製造方法 5% 薬などの飲み合せ 5% 残留農薬 5% 副作用 0% その他 0% なんとなく 0%	2007.12.4~5	男女各250名、20~60歳代、週1回以上「健康食品」を利用している者	500人	インターネット調査	健康と食品懇話会(調査会社:ヤフーパブリックインサイト(株))	健康食品の安全性に関する消費者意識
その他の食品で不安に感じる事(不安意識があると回答した者のみ)	食品添加物の安全性 50% 製造メーカーの信頼性 44% 原料の原産国 39% 成分の安全性 28% 残留農薬 22% 製造方法 17% 有害な物質の混入 17% 過剰摂取による安全性 11% 長期摂取の安全性 6% 薬などの飲み合せ 0% 副作用 0% その他 0% なんとなく 6%	2007.12.4~5	男女各250名、20~60歳代、週1回以上「健康食品」を利用している者	500人	インターネット調査	健康と食品懇話会(調査会社:ヤフーパブリックインサイト(株))	健康食品の安全性に関する消費者意識
ビタミン・ミネラル系サプリメントを不安に感じない理由(不安意識がない、安全性について考えたことがないと回答した者のみ)	メーカーが信頼できる 71% 以前から愛用している 26% 国産の商品 22% 食品として売られている 12% 家族や友人が利用している 12% ロコミ等で多くの人が利用 8% 新聞・雑誌・TV等で話題 8% 販売店が信頼できる 6% 商品に問題がないと示されている 5% 昔から食されている 3% 店員の詳しい説明により 2% 厚生労働省認可とされている 2% 安全性より効能効果が重要 0% その他 3% 特に安全性は気にしない 7%	2007.12.4~5	男女各250名、20~60歳代、週1回以上「健康食品」を利用している者	500人	インターネット調査	健康と食品懇話会(調査会社:ヤフーパブリックインサイト(株))	健康食品の安全性に関する消費者意識
その他のサプリメントを不安に感じない理由(不安意識がない、安全性について考えたことがないと回答した者のみ)	メーカーが信頼できる 58% 国産の商品 25% 以前から愛用している 21% 食品として売られている 14% ロコミ等で多くの人が利用 14% 家族や友人が利用している 13% 新聞・雑誌・TV等で話題 10% 昔から食されている 9% 販売店が信頼できる 6% 商品に問題がないと示されている 6% 厚生労働省認可とされている 2% 店員の詳しい説明により 1% 安全性より効能効果が重要 1% その他 2% 特に安全性は気にしない 5%	2007.12.4~5	男女各250名、20~60歳代、週1回以上「健康食品」を利用している者	500人	インターネット調査	健康と食品懇話会(調査会社:ヤフーパブリックインサイト(株))	健康食品の安全性に関する消費者意識
興味がないと回答した方の理由	お金がかかるから 46.2% 期待する効果がないから 32.7% 商品成分に安心できないから 31.1% インチキ商法が多いから 23.9% 種類が多くわからない 18.1% 自分には必要ないから 16.3% その他 8.4% 興味そのものがない 20.2%	2011.3.8~23	東急沿線情報サイトとくら倶楽部	4,800人	インターネット調査	東京急行電鉄(株)セラン事務局	東急沿線アンケート調査(健康や健康食品・サプリメントに関するアンケート)

【健康食品の表示関連】

設問	回答	調査時期	調査対象	規模	方法	調査実施者	出典
次の表示がある時、通常より価格が高くても購入するか(成分名が表示されている場合、機能が表示されている場合の順)(数値は購入すると回答した割合)	メチル化カテキン 11.2% 「花粉が気になる方の目や鼻の調子を整えます」 27.1% ルチン 10.2% 「正常なコレステロール値の維持に役立ちます」 25.5% リコピン 15.7% 「血管の機能をサポートします」 23.6% EPA 16.9% 「記憶力をサポートします」 21.5% DHA 20.3% 「血中中性脂肪の気になる方に適しています」 24.6% コラーゲン 24.0% 「肌の乾燥が気になる方に適しています」 27.3%	2015.3.20～3.26	30～40代の主婦を中心とする既婚女性(20代 2%、30代22%、40代48%、50代24%、60代以上4%)	999人(モニター登録者)	インターネット調査	ソフトブレイン・フィールド(株)	機能性表示食品制度に対する既婚女性の意識調査
「機能性表示」に対するニーズ	機能性が表示されるならかなり高くなって構わない 7.9% 機能性が表示されるなら少し高くなって構わない 52.2% 価格が高くなるなら機能性を表示しなくてもよい 35.4% その他 4.5%	2012.2.28～3.5	日本に居住する20～79歳までの「健康食品」の利用者(男女比1:1、年代構成は人口構成に合わせて分配)	10,000人(予備調査30,000人)	インターネット調査	消費者委員会(調査会社:楽天リサーチ(株))	消費者の「健康食品」の利用に関する実態調査(アンケート調査)
摂取目安量の表示の義務化は必要か	義務化して欲しい 54.5% 義務化までは必要ない(現状のままで良い) 36.4% わからない 9.1%	2012.2.28～3.5	日本に居住する20～79歳までの「健康食品」の利用者(男女比1:1、年代構成は人口構成に合わせて分配)	10,000人(予備調査30,000人)	インターネット調査	消費者委員会(調査会社:楽天リサーチ(株))	消費者の「健康食品」の利用に関する実態調査(アンケート調査)
摂取目安量の表示の義務化を不要と考える理由	利用者の判断で適切な量を摂取すればよいから 60.2% 製品価格が高くなる可能性があるから 30.7% 健康被害等の大きな問題が起きていないから 9.1%	2012.2.28～3.5	日本に居住する20～79歳までの「健康食品」の利用者(男女比1:1、年代構成は人口構成に合わせて分配)	10,000人(予備調査30,000人)	インターネット調査	消費者委員会(調査会社:楽天リサーチ(株))	消費者の「健康食品」の利用に関する実態調査(アンケート調査)
特定保健用食品の摂取目安量、摂取上の注意について意識しているか	摂取目安量や摂取上の注意も意識している 37% 摂取目安量は意識したが、使用上の注意は意識しなかった 19% 摂取目安量は意識しなかったが、使用上の注意は意識した 11% 摂取目安量も使用上の注意も意識していない 26% 摂取目安量や使用上の注意に関する表示がある事すら知らなかった 7%	2011.12.16～18	全国の18～69歳の男女のうち、特定保健用食品の継続的な飲用・食用経験がある者	2,599人	インターネット調査	消費者庁	特定保健用食品に関する消費者意向調査

【医療と健康食品】

設問	回答	調査時期	調査対象	規模	方法	調査実施者	出典
通院・入院している方において特保利用を医師に報告したか	話している 10.9% 話していない 89.1%	2013.7.23～25	15歳以上の特定保健用食品の利用者(高校生を除く)	1,092名(モニター登録者)	インターネット調査	(独)国立健康・栄養研究所 情報センター(調査会社:(株)マロミル)	特定保健用食品の利用実態(日本栄養・食糧学会誌 第67巻 第4号 177-184 (2014))
通院・入院している方において特保利用を医師、薬剤師に報告したか	話している 14.8% 話していない 85.2%	2014.9.13～25	15歳以上の特定保健用食品および医薬品を併用している利用者(高校生を除く)	1,277名(モニター登録者)	インターネット調査	(独)国立健康・栄養研究所 情報センター(調査会社:(株)マロミル)	特定保健用食品と医薬品の併用者に関する実態調査(日本栄養・食糧学会誌 第68巻 第4号 147-155 (2015))
通院・入院している方において特保利用を医師、薬剤師に報告しない理由	食品なので言う必要がない 55.8% 病気(服用している医薬品)とは関係ない 24.7% 今まで使用して問題ない 18.9% 医師・薬剤師に効かれないことがない 25.8% たまにしか利用していない 8.8% 医師・薬剤師に否定される 1.6% その他 0.1% 特に理由はない 26.8%	2014.9.13～25	15歳以上の特定保健用食品および医薬品を併用している利用者(高校生を除く)	1,277名(モニター登録者)	インターネット調査	(独)国立健康・栄養研究所 情報センター(調査会社:(株)マロミル)	特定保健用食品と医薬品の併用者に関する実態調査(日本栄養・食糧学会誌 第68巻 第4号 147-155 (2015))
医師から健康食品の利用状況確認を受けたことがあるか(通院している者のみ回答)	確認されたことがある 22.2% 確認されたことはない 77.8%	2012.2.28～3.5	日本に居住する20～79歳までの「健康食品」の利用者(男女比1:1、年代構成は人口構成に合わせて分配)	10,000人(予備調査30,000人)	インターネット調査	消費者委員会(調査会社:楽天リサーチ(株))	消費者の「健康食品」の利用に関する実態調査(アンケート調査)

【健康食品摂取後について】

設問	回答	調査時期	調査対象	規模	方法	調査実施者	出典
特保を利用して効果を実感できたか	実感できた 23.4% 実感できなかった 19.9% わからない 56.7%	2013.7.23～25	15歳以上の特定保健用食品の利用者(高校生を除く)	1,092名(モニター登録者)	インターネット調査	(独)国立健康・栄養研究所 情報センター(調査会社:(株)マロミル)	特定保健用食品の利用実態(日本栄養・食糧学会誌 第67巻 第4号 177-184 (2014))

特保を利用して効果を実感できたか	実感出来た 55.1% 実感できなかった 18.0% わからない 26.9%	2014.9.13～25	15歳以上の特定保健用食品および医薬品を併用している利用者(高校生を除く)	1,277名 (モニター登録者)	インターネット調査	(独)国立健康・栄養研究所 情報センター(調査会社:(株)マロミル)	特定保健用食品と医薬品の併用者に関する実態調査(日本栄養・食糧学会誌第68巻 第4号 147-155 (2015))
健康食品に抱く満足度	満足 5.5% やや満足 53.3% やや不満 33.5% 不満 7.7%	2012.2.28～3.5	日本に居住する20～79歳までの「健康食品」の利用者(男女比1:1、年代構成は人口構成に合わせて分配)	10,000人 (予備調査30,000人)	インターネット調査	消費者委員会(調査会社:楽天リサーチ(株))	消費者の「健康食品」の利用に関する実態調査(アンケート調査)
「やや不満」または「不満」と回答した理由	期待したほどの効果がなかった 80.8% 高額過ぎた 38.9% 有効性に関する情報の入手が難しかった 11.7% 安全性に関する情報の入手が難しかった 7.3% 体調が悪くなった(悪くなったと感じた) 2.3% 購入時に強引・執拗な勧誘をされた 1.8% その他 2.6%	2012.2.28～3.5	日本に居住する20～79歳までの「健康食品」の利用者(男女比1:1、年代構成は人口構成に合わせて分配)	10,000人 (予備調査30,000人)	インターネット調査	消費者委員会(調査会社:楽天リサーチ(株))	消費者の「健康食品」の利用に関する実態調査(アンケート調査)
特保を利用して体調不良を感じたことはあるか、感じたことがある場合の体調肥料の内容な何か	感じたことはない 90.9% 下痢・便秘 4.9% 頭痛 2.6% 倦怠感(だるさ) 2.2% 腹痛 1.9% 悪心・嘔吐 1.6% 発疹・かゆみ 0.8% 健康診断結果の悪化 0.7% その他 0.1%	2013.7.23～25	15歳以上の特定保健用食品の利用者(高校生を除く)	1,092名 (モニター登録者)	インターネット調査	(独)国立健康・栄養研究所 情報センター(調査会社:(株)マロミル)	特定保健用食品の利用実態(日本栄養・食糧学会誌 第67巻 第4号 177-184 (2014))
特保を利用して体調不良を感じたことはないか、感じたことがある場合の体調肥料の内容な何か	感じたことはない 89.7% 下痢 4.0% 便秘 1.9% 頭痛 1.6% 倦怠感(だるさ) 0.9% 腹痛 2.4% 悪心・嘔吐 0.9% 発疹・かゆみ 0.6% 動悸 0.3% 薬効の減弱・増強 0.9% 健康診断結果の悪化 0.9% その他 1.1%	2013.7.23～25	15歳以上の特定保健用食品の利用者(高校生を除く)	1,092名 (モニター登録者)	インターネット調査	(独)国立健康・栄養研究所 情報センター(調査会社:(株)マロミル)	特定保健用食品の利用実態(日本栄養・食糧学会誌 第67巻 第4号 177-184 (2014))

【その他】

設問	回答	調査時期	調査対象	規模	方法	調査実施者	出典
医療機関の受診等をすることなく、健康食品で不健康な状態を改善しようとした経験があるか	ある 42.1% ない 57.9%	2012.2.28～3.5	日本に居住する20～79歳までの「健康食品」の利用者(男女比1:1、年代構成は人口構成に合わせて分配)	10,000人 (予備調査30,000人)	インターネット調査	消費者委員会(調査会社:楽天リサーチ(株))	消費者の「健康食品」の利用に関する実態調査(アンケート調査)
特保であることをどの程度、意識して購入するか	効用を意識して選ぶ 31.0% 効用まで意識しないが、特保を優先して選ぶ 22.1% 選んだ商品がたまたま特保だった 43.3% 無回答 3.6%	2015.4.1～4.6	日本在住の10代以上の男女(9割が30代以上、44%が50代以上)	11,659人 (モニター登録者)	インターネット調査	マイボイスコム(株)	「特定保健用食品」の利用に関する調査(第4回)
自分の健康において今後特保を必要とするか	必要 12.4% まあ必要 37.0% どちらともいえない 28.6% あまり必要でない 13.8% 必要と思わない 8.2%	2012.11.27～28	関東圏に在住の20～69歳の男女	500人 (モニター登録者)	インターネット調査	(株)マーシュ	自主調査 トクホ(特定保健用食品)に関するアンケート
健康食品業界へ望むこと	安全性の確保 80.9% 内容成分の明示 53.0% 安全性に問題があった時の迅速な情報提供・回収 52.4% 誤認を与える広告しない 50.7% 品質管理の強化 43.4% 安価な商品の提供 36.8% 使い方の目安などの情報提供 30.0% 相談苦情処理体制の整備 27.9%	2004.10.18～11.19	政令指定都市および東京23区に居住する世帯人員2人以上世帯の20歳以上69歳以下の既婚女性	1,899人 (層化2段無作為抽出3,000人)	郵送法	(独)国民生活センター	第35回国民生活活動向調査ー健康食品等をめぐる主婦の意識と行動ー
健康食品やサプリメントに興味があるか	かなりある 13.9% ややある 48.9% あまりない 28.7% 全くない 8.6%	2011.3.8～23	東急沿線情報サイトとくら倶会員	4,800人	インターネット調査	東京急行電鉄(株)セラシ事務局	東急沿線アンケート調査(健康や健康食品・サプリメントに関するアンケート)
今後、特保製品を購入したいと思うか	購入したい 11.1% まあ購入したい 27.3% どちらともいえない 40.8% あまり購入したくない 10.9% 購入したくない 10.0%	2015.4.1～4.6	日本在住の10代以上の男女(9割が30代以上、44%が50代以上)	11,659人 (モニター登録者)	インターネット調査	マイボイスコム(株)	「特定保健用食品」の利用に関する調査(第4回)

健康食品(サプリメント)に表示されている摂取目安量を遵守しているか	摂取目安量どおりの量を利用 70.4% 摂取目安量より少ない量を利用 22.7% 摂取目安量より多い量を利用 2.4% 特に決まっていない 4.4% 摂取目安量の表示がない 0.1%	2012.2.28～ 3.5	日本に居住する 20～79歳までの 「健康食品」の利用者(男女比1:1、 年代構成は人口構成に合わせて 分配)	10,000人 (予備調査30,000 人)	インターネット調査	消費者委員会 (調査会社:楽 天リサーチ(株))	消費者の「健康 食品」の利用に 関する実態調査 (アンケート調 査)
特保利用により食事量や内容、嗜好品摂取を気にしなくてもよくなると思うか(食習慣に問題のない糖尿病患者のうち特保利用者のみ回答:8名)	思わない 80% そう思う・ややそう思う 20%	2009.3～5	大阪府済生会野 江病院糖尿病・内 分泌内科に通院 した2型糖尿病の 外来患者	154名(無 作為抽出)	配票調査	大阪府済生会 野江病院栄養 管理科	糖尿病患者にお ける特定保健用 食品の利用と食 事療法への効 果(糖尿病54巻 11号837- 841(2011))
特保利用により食事量や内容、嗜好品摂取を気にしなくてもよくなると思うか(食習慣に問題のある糖尿病患者のうち特保利用者のみ回答:37名)	思わない 45% そう思う・ややそう思う 55%	2009.3～5	大阪府済生会野 江病院糖尿病・内 分泌内科に通院 した2型糖尿病の 外来患者	154名(無 作為抽出)	配票調査	大阪府済生会 野江病院栄養 管理科	糖尿病患者にお ける特定保健用 食品の利用と食 事療法への効 果(糖尿病54巻 11号837- 841(2011))
特定保健用食品は「医薬品と違い、病気の治療に使用するものではない」ことを知っていたか	知っていた 53% なんとなく聞いた事がある程度 37% 知らなかった 10%	2011.12.16～ 18	全国の18～69歳 の男女	5,000人	インターネット調査	消費者庁	特定保健用食 品に関する消費 者意向調査